

# Luxemburg besser darstellen

Imagepflege für den Wirtschaftsstandort gestern im Mittelpunkt der „Journées de l'Economie“



Annika Rembe (3.v.l.) verschaffte sich Gehör bei (v.l.n.r.) Pierre Leyers, Yves Zlotowski, Nicolas Mackel und Xavier Buck

Fotos: Alain Rischart

LUXEMBURG  
NIC. DICKEN

**H**at Luxemburg ein Imageproblem? Dieser Frage gingen gestern die Teilnehmer eines Rundtischgesprächs nach, das unter der Leitung von Journalistenkollege Pierre Leyers im Rahmen der „Journées de l'Economie“ in der Handelskammer stattfand, und die Frage wurde unter dem Strich, wenngleich auch mit zahlreichen Nuancen, eindeutig mit Ja beantwortet. Zwar besitzt das Land alle Voraussetzungen, um international als offener, gastfreundlicher, geordneter, gut organisierter und funktionierender Staat gelten zu können, aber nur die wenigsten Beobachter, von Politikern über Unternehmer und Journalisten bis hin zu Touristen scheinen das zu wissen, mit dem Resultat, dass Luxemburg systematisch auf die alleinigen Finanzaktivitäten reduziert wird und konsequent im Ruch des verborgenen, verbotenen Geldes steht, das systematisch dem Zugriff der Steuerbehörden in anderen Ländern vorenthalten wird. Dass dagegen etwas unternommen werden sollte, darüber waren sich alle einig, nur nicht über das Ausmaß und die Methode, mit der man Glaubwürdigkeit und Attraktivität wieder herstellen bzw. verbessern kann.

## Bessere Abstimmung

Für Tania Berchem, die nach 15 Jahren Dienst im Presseamt der Regierung vor Monatsfrist als „Coordinateur général pour la promotion de marque“ ins Außenministerium wechselte, ist sich die Regierung des bestehenden Handlungsbedarfes durchaus bewusst. Die in der Vergangenheit gestarteten Initiativen hätten im Endeffekt nicht den gewünschten Erfolg gezeigt, weil es an der notwendigen Vernetzung unter den öffentlichen und den privaten

Akteuren fehle. Ziel müsse es sein, Luxemburg in seiner Vielseitigkeit, mit wirtschaftlichen Spitzensektoren, aber auch Tourismus, Handel, Gastlichkeit und Kultur stärker sichtbar und verständlich zu machen. Ihre Rolle sieht Tania Berchem auch als Kontaktadresse und Förderer von Ideen, die von anderen Seiten eingebracht werden.

## Weitgehende Ignoranz über Finanzplatz

Nicolas Mackel, Direktor der Agentur „Luxembourg for Finance“, bedauerte, dass man immer wieder aufs Neue erklären müsse, was am Finanzplatz tatsächlich passiert, weil in diesem Zusammenhang eine bedeutende Ignoranz vorherrsche. Zur Abwehr der immer wieder gleichen verleumderischen Angriffe verfüge man über ausreichend Gegenargument, so Nicolas Mackel, der be-

Der eigentliche Erfolg sei aber abhängig von einer optimalen Gewichtung der verschiedenen Zutaten und einer geschickten Kombination der verschiedenen Aktionen, die auf diesem Gebiet gestartet werden. Ohne eine konsequente Präsenz auf dem Internet wäre dieser Erfolg für den Standort Luxemburg nicht möglich gewesen, so Xavier Buck.

## Kultur als Verbindungselement

Als echte Expertin entpuppte sich Annika Rembe, Generaldirektorin des „Swedish Institute“, die unterstrich, auch kulturelle und emotionale Elemente nicht außer Acht zu lassen. Über die Vermittlung der eigenen Kultur werde Vertrauen geschaffen, das wiederum dem Aufbau von Geschäftsverbindungen förderlich sei. Wesentlich

## „Wir brauchen mehr Verflechtung zwischen den Akteuren“

TANIA BERCHEM, „Coordinateur général pour la promotion de marque“

tonte, man nutze alle sich bietenden Gelegenheiten, um das eigentliche Wesen des Finanzplatzes zu erklären.

## Beste Voraussetzungen im ICT-Bereich

Für Xavier Buck, Präsident des Internet-Dienstleisters EuroDNS, bietet Luxemburg eine ganze Reihe von Voraussetzungen, wie etwa leistungsfähige Infrastrukturen, eine hohe Netzpräsenz oder strategische Partnerschaften, um sich im Bereich der ICT erfolgreich einbringen zu können.

sei es auch, sich des ständigen Wettbewerbs anderer Staaten bewusst zu sein und sich daran zu messen.

## Weitere geographische Diversifizierung

Yves Zlotowski, Chefökonomist beim französischen Kreditversicherer COFACE, sieht es als logisch, dass Luxemburg aufgrund der relativen Bedeutung seines Finanzsektors falsch eingeschätzt werde und als kleines Land zwischen zwei großen Nachbarn, mit denen es wirtschaftlich stark verknüpft sei, deren Druck in besonderem Maße ausgesetzt sei. Um sich aus dieser Zwangslage zu befreien müsse Luxemburg weiter auf geographische Diversifizierung setzen.

## Hintergrund für „Cluster“ erforderlich

David Brown, Generaldirektor von Alchemy Biomedical Consulting, sieht Luxemburg mit seinen Bemühungen im Bereich der Biotechnologie auf einem schwierigen Weg. Wohl seien mit Rahmenbedingungen und der Gründung der Universität wichtige Voraussetzungen geschaffen worden, doch fehle ein ausreichend großes Netz an kleinen und großen Unternehmen, die diese Aktivitäten wirtschaftlich umsetzen könnten.

Moderator Pierre Leyers kam (nicht als einziger) zum Schluss, die Imagepflege für den Standort Luxemburg sei ein großes Feld, auf dem noch sehr viel Arbeit verrichtet werden müsse. ●



Auch gestern herrschte aufmerksames Interesse für die Anregungen der Experten